

Wolfgang Kaschuba:

Urbane Identität: Einheit der Widersprüche?

Um ein gemeinsames Bild als Ausgangspunkt zu finden, will ich mich meinem Thema und der Stadt zunächst über einen literarischen Text annähern:

"Als sie in die Stadt zurückkehrten, wurden sie schon erwartet. Im Klub sagten die Junggesellen: 'Na, nu hört die Langeweile, Gott sei Dank, bald auf.' Am Tage nach ihrem Wiedereinzuge gaben sie die erste Gesellschaft, und die ganze Stadt bekümmerte sich darum, wer hinging, was gegessen ward, was die Künstlerin Fröhlich Neues anzuziehen hatte. (...) Immerhin hielten manche sich fern, vermöge ihrer sittlichen Grundsätze, oder dank einem kühlen Temperament, oder aus Sparsamkeit. Diese gähnten zwischen leeren Sesseln im Kasino und der Gesellschaft für Gemeinsinn... Die fünf oder sechs für den Gebrauch besserer Herren abgerichteten Halbweltdamen waren zum Überdruß bekannt, und die Freuden, die sie bieten konnten, wurden einem schal gemacht durch den Gedanken an Haus Unrat und seine Hausfrau.

In dieser altertümlichen Stadt, die einem aus der Langeweile der Familienehrbarkeit keinen Ausweg ließ als in ein rohes und langweiliges Laster, umkleidete sich die Villa vorm Tor, wo hoch gespielt, teuer getrunken wurde, wo man mit weiblichen Wesen zusammentraf, die nicht ganz Dirnen und auch keine Damen waren, wo die Hausfrau, eine verheiratete Frau, die Frau des Professors Unrat, prickelnd sang, unpassend tanzte und, wenn man es richtig anstellte, sogar für Dummheiten zu haben sein sollte - diese erstaunliche Villa vorm Tor umkleidete sich mit Fabelschimmer, mit der silbrig zitternden Luft, die um Feenpaläste fließt. Daß es so etwas gab!" <sup>1</sup>

So beginnt das 15. Kapitel von Heinrich Manns Roman "Professor Unrat". Darin schildert Mann den psychischen wie physischen Verfall eines Gymnasiallehrers, der sich in eine Halbweltdame verliebt und der dadurch zum Gespött und zur tragischen Figur in seiner Heimatstadt wird. Es ist der Absturz vom geachteten Bürger zum verachteten Außenseiter.

Dieser Untergang bürgerlicher Moral im Morast der Stadt - der gleichwohl eben auch Reiz und "Fabelschimmer" besitzt: Das ist ein klassisches Motiv in der europäischen und amerikanischen Literatur des 19. und 20. Jahrhunderts. Beliebt auch beim Publikum: Nicht umsonst wird Heinrich Manns Roman 1930 mit Marlene Dietrich als "Blauer Engel" verfilmt. Es ist das Motiv des bürgerlichen Dramas an einem sozialen Ort, an dem die Menschen in die neuen Lebensverhältnisse einer sich verändernden Gesellschaft geraten, an dem die Ordnungen und Regeln des Lebens unklarer werden. An dem sie auch scheitern können, wenn sie die Konvention verlassen, wenn das Neue sie überwältigt. Dieser neue soziale Ort ist natürlich die Stadt.

Aber ist es diese Stadt, an die wir denken, wenn wir heute von Urbanität reden? Ist es - in der Sprache Heinrich Manns - dieser "Fabelschimmer", der urbane Kultur verspricht? Verkörpert uns diese soziale Welt des Professor Rat nicht vielmehr Kleinstadt, Honoratiorengesellschaft - eine Face-to-face-Welt, die angesichts der Zumutungen sozialen Wandels eher erstarrt in Tradition, in Konvention, in sozialer Kontrolle? Wäre dies nicht eine "urbane" Identität nur aus Eigenart und Enge? Ist dies dann also nicht eher ein Gegenmodell zu jener Urbanität der modernen großen Stadt, der doch gerade Offenheit zugeschrieben wird: soziale Heterogenität, kulturelle Vielfalt und symbolische Vielsprachigkeit - und vor allem jene Anonymität und Liberalität, die den Professor Rat vielleicht nicht gerettet, ihm jedoch zumindest den "sozialen Tod" erspart hätte?

(1)

---

<sup>1</sup> Mann, Heinrich: Professor Unrat, Reinbek 1966, S. 132f.

Mit einem Verständigungsversuch möchte ich daher beginnen: Welche Stadt, was bezeichnet uns Urbanität heute? Danach wäre nach dem Spezifischen urbaner Identität zu fragen: Was macht ein konkretes urbanes "Wir" aus - das unverwechselbare Gesicht und das Selbstbild einer Stadt? Und zum Dritten will ich überlegen, wie sich die Menschen und die Städte diese Gesichter schaffen: Wie gelingt urbane Identität als imaginäre Vergemeinschaftung? - Ich will mich also vorwiegend der kulturellen Seite der Städte in Geschichte und Gegenwart zuwenden.

#### Urbanität: Verständigungsversuche

Gewiss sind wir uns einig darüber, dass "Urbanität" einen Diskursbegriff der Moderne verkörpert, der mehr Metapher ist als eine analytische Kategorie. Benutzt wird er gerne, seitdem die Moderne sich ihre Gesellschaft zunehmend als eine urbane und metropolitane vorstellt, seitdem darin vor allem auch ein symbolischer Bedeutungsüberschuss vermutet wird, der den urbanen Raum und seine Kultur als sehr viel mehr erscheinen lässt denn nur die Summe seiner Teile: das Urbane als das zentrale Zeichen- und Zukunftslabor der Gesellschaft, ja als ihr Zukunftsentwurf schlechthin. Dies war und ist ein schleichender, aber ein gravierender Paradigmenwechsel. Nicht mehr der nationale sondern der metropolitane Horizont wird zur Zielvorstellung von gesellschaftlicher Erfahrung, politischer Planung und sozialwissenschaftlicher Analyse gemacht. Nicht mehr lokalisierte Nationalkultur sondern kosmopolitane Urbankultur erscheint als Vision und Teleologie.

Wenn dies so ist, müssen wir umso genauer Auskunft darüber geben, auf welche historischen wie ideologischen Entwürfe sich unsere "Urbanität" jeweils bezieht und welche empirischen Zuschreibungen damit gemeint sind. Ganz holzschnittartig betrachtet, scheinen mir dabei zwei historische und gedankliche Kerne wesentlich.

Einerseits liegen der Vorstellung des Urbanen zweifellos die Geschichte und die Idee der "Europäischen Stadt" zu Grunde.<sup>2</sup> Es ist die Entwicklung eines neuen historischen Siedlungstyps, der seit der Frühneuzeit allmählich zum bürgerlichen Modell einer neuen Lokalgesellschaft heranwächst. In ihr sollen künftig Handwerksarbeit und Handel, Bildung und bürgerlicher Stand über die individuellen Lebenschancen entscheiden - über "gleiche" Chancen. So zumindest lautet die Erzählung von der Entstehung der europäischen Stadt als einer Oase inmitten einer feudalen und agrarischen Wüste. Es ist der Verweis auf das historische Modell und zugleich auf die ideelle Konstruktion einer vormodernen Bürgerstadt mit Stadtordnung und Schwurverband, mit Bürgerrechten und Zunftordnung, mit Marktplatz und zentraler Repräsentationsarchitektur, mit Elementen politischer Selbstverwaltung und Öffentlichkeit, mit Anfängen städtischer Lebensweise und Kultur. Kurz, ein Verweis auf die geschichtliche lokale Keimzelle moderner "Zivilgesellschaft".

Dennoch: "Urbanität" verkörpert dies wohl noch nicht. Es ist vielmehr städtische "Bürgerlichkeit", die da entsteht und die sich dann bis zum Ende des 18. Jahrhunderts zur Vorstellung eines "besseren Lebens" entwickelt. Eines Lebens, das seine neuen Räume und Einrichtungen in der Stadt findet: Theater und Zeitung, Verein und Promenade, Gymnasium und Museum, Salon und Café. Und diese Einrichtungen wiederum schaffen und verbreiten dann systematisch bürgerlichen Lebensstil, sie sind zugleich Mittel wie Ausdruck städtischer Vergesellschaftung.

Damit markiert die Stadt als Ort materieller Versorgung und ideeller Bedürfnisbefriedigung einen gleichsam neuen "zivilisatorischen Stand". Denn nur dadurch wird dieses Städtische tatsächlich zum Gegenpol des Ländlichen: durch die kulturellen Orte und Zeichen von Bürgerlichkeit.<sup>3</sup>

Dies ist zweifellos historischer Fortschritt - und es ist ebenso zweifellos bürgerliche Mythologie. Denn diese historische Bürgerstadt verkörpert eben nicht nur Freiheit und Gleichheit. Sie ist vielmehr auch und zugleich der Ort einer langen Geschichte von Ausgrenzungsprozessen und sozialer Segregation: der Armen, der Arbeiter, der Arbeitsmigranten, der Asylsuchenden. Durch Bürger- und Heimatrechte, durch

---

<sup>2</sup> s. Rietdorf, Werner (Hg.): *Auslaufmodell Europäische Stadt?* Berlin 2001.

<sup>3</sup> vgl. dazu Kaschuba, Wolfgang: *Deutsche Bürgerlichkeit nach 1800. Kultur als symbolische Praxis*, In: Kocka, Jürgen (Hg.), *Bürgertum im 19. Jahrhundert*, München 1988, Bd. 3, S. 6-44.

Gewerbeordnungen und Fremdenpolizei wird "bürgerliche" Gleichheit privilegiert und soziale Ungleichheit legitimiert. Jenes "bessere Leben" ist also zunächst das der Aufgeklärten und Berechtigten. Ihre "Stadtkultur" meint die Privilegien der kleinen Bürgerstadt, die sich politisch wie ökonomisch noch fest im Besitz einer relativ kleinen sozialen Gruppe befinden.

Symbolisch gesichert wird dieser Besitz durch die demonstrative Gegenüberstellung von "Alteingesessenen" und "Neuen", von "Eigenem" und "Fremdem", also durch eine kulturelle Differenzstrategie. Dies ist eine Konstruktion von lokaler Identität und zugleich eine Demonstration von sozialer Macht, denn in diesem Szenario steht dann der "beheimatete" Stadtbürger gegen jenen "Flugsand" der frühindustriell mobilen Dienstleister und Arbeiter, die keine traditionellen Bezüge zum Gemeinwesen mehr entwickeln können. Sie sind in den entstehenden Industrielandschaften nun ohne soziale Absicherung und ohne lokale Zugehörigkeit "unterwegs" und sie scheinen mit dieser räumlichen Bindungslosigkeit die alte "Corporate identity" der städtischen Erwerbsbürger zu bedrohen.

Damit jedoch und erst jetzt beginnt nun offenbar "Urbanität". Sie beginnt als ein städtischer Kampf zwischen unterschiedlichen Lebens-, Werte- und Wissenskonzepten: Territorialität versus Mobilität, Homogenität versus Heterogenität, lokales Wissen versus "fremdes" Wissen. Denn diese alte europäische Handels- und Handwerkerstadt will natürlich keineswegs freiwillig "Einwanderungsgesellschaft" sein und sie versteht sich auch höchstens als Keimzelle einer ausgesprochenen "bürgerlich" verstandenen Demokratie. Urbanität erscheint also nicht als ihr Wille und Ziel, wird nun aber ihr Schicksal.

Das ist die eine Erzählung von der Tradition des Urbanen. Es ist der Verweis auf das Modell einer historischen Bürgerstadt und einer Stadtkultur, die jedenfalls kaum als ein "paradise lost" urbaner Geschichte und Gesellschaft taugt, wie das manche Piazzaromantiker heute meinen. Die andere Erzählung fasst Urbanität als einen komplexen Prozess der Vergesellschaftung in der Moderne auf, in dessen Verlauf sich Kultur gleichsam neu konstituiert. Deshalb bezieht diese Vorstellung die Urbanität ausdrücklich auf die großstädtischen Lebensbedingungen von regionaler Mobilität und sozialer Anonymität, auf die Erfahrung von Wandel und Bruch, auf die Wahrnehmung von sozialer Dichte und kultureller Differenz. Sie meint also vor allem die Umbruchzeiten seit dem 19. Jahrhundert. Nicht Typus und Struktur stehen hier im Mittelpunkt, sondern das Individuum in seinen sozialen Bindungen - oder eben: Bindungslosigkeiten - und in seinen kulturellen Lebensformen. Ich möchte dies an vier Punkten schlaglichtartig verdeutlichen.

Maßgeblich dafür scheint zum einen die neue technische Welt aus Eisenbahn und Straße, aus Fabrik und Hochhaus, aus Druckmaschine und Fotografie: Technik als eine wesentliche Bedingung des kulturellen Wandels. Denn ohne Stadtplan, später dann Luftbild und Foto können Kunst, Architektur und Stadtplanung keine komplexe Stadtlandschaft entwerfen. Ohne Fahrstuhl gibt es keine Wolkenkratzer - hohe Kirchtürme konnte man ja bereits lange vorher bauen, doch ersteigen wollte sie außer Goethe mit seiner Vorliebe für die Weite eben nur der arme Türmer. Und ohne die massenhafte Wirkung von Text-, Bild- und Tonträgern gibt es keine Kulturindustrie, die erst ein wirkliches "Bild der Stadt" verbreiten kann. Dies alles stellt sich systematisch erst nach 1900 ein. Insbesondere Georg Simmel verweist dann immer wieder auf die damit verbundenen neuen Wahrnehmungseffekte: auf die "rasche Zusammendrängung wechselnder Bilder" und auf die "Unerwartetheit sich aufdrängender Impressionen", die nun für die sozialen Akteure der Lebenswelt Großstadt erfahrungsprägend und dominant sind.<sup>4</sup>

Zum zweiten besteht die neue Qualität in der außerordentlichen Vielfalt der Stadtgesellschaft. In einer Vielfalt allerdings, die weniger von innen, als vielmehr von außen kommt: Ohne Migration gibt es keine Großstadt und keine Urbanität. Historisch entstehen und wachsen die großen Städte allein durch den Zuzug fremder Menschen und fremder Ideen. So wird dies zu ihrem Spezifikum: die permanente Herausforderung durch migrantische Gruppen und Kulturen, das permanente Bemühen um deren Integration, die freilich nie völlig gelingt, die nie zu sozialer und kultureller Homogenität führt, sondern Urbanität immer als ein offenes Mischungsverhältnis erhält. Großstadt bedeutet insofern die Permanenz sozialer Spannung wie Differenz und die Ambivalenz sozialer Integrations- wie Segregationsprozesse. Hier bleiben die Milieus und Gruppenidentitäten kantig und öffentlich, auch wenn sie sich in sozialen

---

<sup>4</sup> Simmel, Georg: Die Großstädte und das Geistesleben, In: ders.: Das Individuum und die Freiheit, Frankfurt 1993, 192-204, 192f..

Begegnungen ständig entwickeln und verändern. Genau dieser nachhaltige soziale und kulturelle Spannungszustand ist es wiederum, der die große Stadt zur "Schleuse" für neue Menschen und neue Gedanken werden lässt, zur vielbeschworenen "Menschen- und Zukunftswerkstatt" der Moderne.

Wie diese beiden Faktoren zusammenwirken, zeigen ganz früh bereits die beiden ersten europäischen Metropolen, London und Paris. Denn ihr technisch-architektonischer wie ihr sozial-kultureller Umbau lässt sie in den Fantasien des sich modernisierenden Europa zu den ersten "Dschungeln" großstädtischer Zivilisation werden: Urbanität als kulturelle Erlebnislandschaft. In den Romanen von Charles Dickens oder Eugène Sue verkörpern sich solche neuen "urban fantasies". Und sie ziehen zahllose literarische wie mediale Inszenierungen des "Asphaltdschungels" nach sich, schaffen Bilder, die bis in die Gegenwart wirken.

Aus dieser Konfrontation mit der komplexen Technik und mit der Dichte sozialer Kontakte und sinnlicher Reize ergibt sich auch eine fortschreitende Komplexität von Wissensformen und Denkmustern urbaner Lebenswelt. Eine neue Großstadtmentalität, ja ein neuer Großstadtmensch scheint zu entstehen: ein neues Wahrnehmen, Denken und Fühlen als Ergebnis einer neuen massengesellschaftlichen Umwelt. So untersucht der Psychologe Willy Hellpach in den 1920er Jahren "Mensch und Volk der Großstadt". Und er sinnt in dem gleichnamigen Buch über eine besondere geistig-kognitive Verfassung des Großstädtlers nach. Um in dieser Welt des Verkehrs und der Geschwindigkeit zu überleben, um auch nur heil über den Potsdamer Platz in Berlin zu gelangen, muss der urbane Mensch seine Sinnesorganisation gleichsam auf "selektive Wahrnehmung" schalten. Er ist nurmehr konzentriert auf den Verkehrstrom, ignorant gegenüber dem Rest der sozialen Welt ringsum, die nur ablenkt. Hellpachs großstädtische "Charakterologie" mündet in die Vorstellung einer spezifischen "sensuellen Vigilanz" bei gleichzeitiger "emotionaler Indifferenz" des Großstadtmenschen - als eine Kombination von Wachsamkeit und von Kühle.<sup>5</sup> Simmel nannte dasselbe Phänomen schlicht "Blasiertheit".

Zum dritten und wesentlich für die große Stadt sind die soziale Figur und die kulturelle Rolle des Fremden. Besonders markant trägt dies wiederum Georg Simmel in seinem "Exkurs über den Fremden" vor: der Fremde, der im Unterschied zum Wanderer kommt und bleibt, der in der Stadt "ein Element der Gruppe selbst" ist. Denn der Fremde und das Fremde, die Differenz und die Anonymität: Sie sind hier eben nicht nur als Gäste präsent wie in der Kleinstadt, sondern treten als konstitutives und dauerhaftes Element auf: Fremdheit als Alltag und Normalität. So lässt John Dos Passos einen seiner Helden in "Manhattan Transfer" als Kohlenträger an eine biedere ältere Hausfrau in New York geraten. Die fragt ihn zunächst nach seiner Herkunft. "Ich bin vom Land, Gnä'ge", gesteht der. "Ich bin aus Buffalo", entgegnet sie darauf und sinniert: "In dieser Stadt ist jeder Mensch von irgendwoandersher... Na ja, wahrscheinlich sind Sie der Komplize eines Einbrechers, aber ich muß die Kohlen ins Haus kriegen."<sup>6</sup> Die kriegt sie dann auch - freilich nicht ohne den verdächtigen Schicksalsgefährten dann vorsichtshalber gleich selbst um die Hälfte seines Lohnes zu betrügen.

(2)

Hierher gehören auch Werner Sombarts Hinweise auf die Fremden als kapitalistische Gründer und kulturelle Innovatoren. Sie sind fähig zur Initiative gerade wegen ihrer Fremdheit, weil sie dadurch an die lokalen Regulative und das lokale Ethos (noch) nicht gebunden sind, sondern Ellbogen einsetzen, Regeln verletzen, in der Tat den neuen sozialen Habitus des Marktes verkörpern können.<sup>7</sup> Es ist also dieser systematische Zugewinn nicht nur an externem Personal, sondern damit auch an externer Kompetenz und an externer Kultur, der die Stadt letztlich "urban" werden lässt, durch Austausch mit dem Draußen und durch Zuwanderung von draußen: Von neuen Menschen, neuen Ideen und neuen Dingen. Dieses Neue kommt in die große Stadt. Und es wird über die Stadt dann "vergesellschaftet", also allmählich auch in die Provinz eingeführt.

Zum vierten aber geht es natürlich nicht nur um Fantasien urbaner Zerrissenheit und Überwältigung, sondern umgekehrt stets auch um Vorstellungen von einem gelingenden neuem Leben und von neuer

---

<sup>5</sup> Hellpach, Willy: Mensch und Volk der Großstadt, Stuttgart 1939.

<sup>6</sup> Dos Passos, John: Manhattan Transfer, Hamburg 1959, S.56.

<sup>7</sup> Sombart, Werner: Der Moderne Kapitalismus, München und Leipzig 1928, 1. Band, S. 883ff.

Freiheit. Dabei sind die Ideen von Freiheit und Gleichheit diesem Stadtmodell anders eingeschrieben als dem der historischen Bürgerstadt. Denn hier steht nun die Wiege der Moderne auch im Sinne einer neuen Lebens- und Bedürfnisgesellschaft. Max Weber und Georg Simmel beschreiben dieses Motiv immer wieder: die "freie Stadtluft", freilich weniger die der Bürger als vielmehr die "der Anderen". Etwa der ostelbischen Landarbeiter und Dienstmägde, die um 1900 zu Tausenden ins aufstrebende Berlin ziehen, weil sie sich dort nicht nur Brot und Lohn erhoffen, sondern vor allem auch ein neues, ein "eigenes" Leben jenseits der dörflichen und gutsherrschaftlichen Kontrolle. Die Stadt und ihre aufstrebende Kulturindustrie locken eben auch mit dem Versprechen von Moden und Medien, von Vergnügungen und Erlebnissen, von neuen Beziehungs- und Alltagskulturen. Bekanntlich hat die amerikanische Stadtsoziologie um Robert Ezra Parks gerade diesen emanzipativen Gedanken des Urbanen um die Jahrhundertwende aufgenommen und vertieft:<sup>8</sup> die Stadt auch als Entwicklungslabor des Individuums in seinen modernen Selbstentwürfen, Loyalitäten und Sozialbeziehungen.

Damit wäre diese andere Auffassung von Urbanität wohl so zu beschreiben: als Erfahrung von Massenhaftigkeit und Tempo, der Präsenz dominanter Technik und Architektur, der Komplexität von Versorgungssystemen und Mobilität, der Regulationskraft von Markt und Macht, der Attraktivität von Konsum und Kulturindustrie. Darin eingelagert zeigen sich Erfahrungen von sozialer Anonymität wie Individualität, von kultureller Vielfalt und Differenz. Umgekehrt entstehen aus dieser Differenz aber auch Modelle und Praxen von Gruppen- und Milieuzugehörigkeiten, die als positive wie abgrenzende Identitätsangebote integrieren und binden. Und schließlich existiert offenbar ein spezifisches urbanes Selbstbild, das diese städtischen Distanzen und Differenzen, diese Gruppen- und Milieulandschaften überwölbt. Eine Identität, die offenbar gerade deshalb funktioniert, weil sie nur eine Idee, nur ein Bedürfnis, nur ein Bild lokaler Einheit in sich trägt. Sie kann - im Sinne Max Webers - nicht normativ sondern nur symbolisch "vergemeinschaften", nur begrenzte Einheit schaffen über Zeichen, Bilder und Diskurse. Und deshalb wohl verspricht sich aus dieser flüchtigen Gemeinschaft jene neue Freiheit: die Freiheit des "anderen Lebens" - das es in der Kleinstadt so nicht gibt. Letztlich also spielt sich Urbanität in den Köpfen der Menschen ab. Denn sie lässt sich nicht einfach bauen und konstruieren, sondern wesentlich nur erfahren, denken, leben - vielleicht träumen. Sie ist immer mehr "Kultur" als "Struktur".

#### Urbane Identität: Die Welt "vor Ort"?

Damit - und ich komme zu meiner zweiten Überlegung - steht diese Urbanität der großen Städte gleichsam als Ikone für die gewaltige Integrationskraft der Moderne: für den sozialen und kulturellen Umbau der Gesellschaft mit der großen Stadt als seinem zentralen Ort. Freilich ist dieser Ort damit eher als sozialer Prototyp und als systemische gesellschaftliche Funktion beschrieben, sodass Urbanität damit gleichsam als eine früh globalisierte Stadtkultur verstanden werden könnte. Als eine Stadtkultur, die sich zu spezifischen räumlichen und geschichtlichen Identitäten eher neutral verhält und die nur "strukturell" existiert - uniform, unspezifisch, gleichförmig, wie uns heute manche amerikanische Großstadt erscheinen mag.

Offensichtlich jedoch trifft diese Uniformität für die meisten europäischen Städte nicht zu. Jedenfalls noch nicht, weil auch heute hinter ihren Anmutungen globaler Urbanität immer noch Grundelemente des alten bürgerlichen Modells der "Europäischen Stadt" hindurchschimmern. Auch die spätmoderne Metropole kann und will in Europa ihre bürgergesellschaftlichen Wurzeln keineswegs verleugnen.

Solche Wurzeln zeigen sich einerseits in den steinernen und historischen Gestaltformen, die einen vielfach noch erkennbaren stadträumlichen Ordnungsgedanken bis heute erhalten haben: den der zentralen öffentlichen Plätze und Gebäude, der lenkenden Straßenzüge und Häuserblöcke, der Zeichenhaftigkeit kirchlicher und städtischer Repräsentationsarchitekturen, der symbolischen Funktion von Parks und Denkmälern. Diese gedachte und gebaute Ordnung gliedert die europäischen Stadtlandschaften und ihre Ikonografien nachhaltig. Auch wenn die älteren städtebaulichen wie architektonischen Leitgedanken natürlich immer wieder durchbrochen und neu interpretiert werden, prägend bleibt dennoch jenes vielfach variierte innere Organisationsmuster der gewachsenen zentralen Orte und ihrer gegliederten Peripherie. In diesem zutiefst kulturgeschichtlichen Sinne will Stadt tatsächlich

---

<sup>8</sup> s. Lindner, Rolf: Die Entdeckung der Stadtkultur. Frankfurt/M. 1990.

immer noch "Text" sein: ein in Stein gehauenes und in Asphalt gegossenes Informationssystem, dass sich sinn-voll lesen und verstehen lässt.

Andererseits aber und wichtiger noch sind es Elemente eines kulturellen Selbstverständnisses, das der großen Stadt auch in all ihrer Fragmentierung und Unübersichtlichkeit noch ein zusammenhängendes Grundmotiv zuschreibt. Stadtlandschaft und Stadtgesellschaft erscheinen als ein mosaikhaftes Bild, in dem sich ein letztlich unverwechselbares lokales Gesicht und Profil ausdrückt. Garantiert wird dieses lokale Profil allerdings nicht mehr wie in der Kleinstadt durch das Funktionieren und die Dominanz einer Honoratiorenkultur. Diesen bürgergesellschaftlichen Kern gibt es nicht mehr - und damit auch nicht mehr dessen normatives "Wir". Heute scheint es viel eher und umgekehrt ein integratives "Wir" zu sein, das die große Stadt zusammenhält. Denn in die räumlich-topografische Ordnung der Stadtlandschaft sind noch andere, ganz unterschiedliche Ordnungen der Geschichte, der Erinnerung, der Kultur eingeschrieben. Es sind Texte und Kon-Texte eines kollektiven Gedächtnisses, das sich über die einzelnen Teile wieder an das Ganze erinnert. Die Plätze und Parks, die Gebäude und Denkmäler, die Straßennamen und Erinnerungstafeln verkörpern insofern eben auch biografische Stationen einer lokalen Geschichtslandschaft und ihrer Akteure. Dabei unterscheiden sich deren allgemeine Symbolik und Grammatik zwischen Helsinki und Palermo zwar kaum, weil sie Ergebnis von Wanderung und Austausch sind, also in der Tat "europäische" Züge tragen. Doch schaffen ihre jeweilige konkrete Geschichte und Gestalt dann ganz eigene Bilder - eine eigene atmosphärische Idee und Dichte lokaler Identität.

Dieses Beharren also auf spezifischen Mischungen von Allgemeinem und Konkretem ist es letztlich auch, das unsere Bilder der großen Städte in Europa bestimmt. Es lässt Paris und London ebenso unverwechselbar erscheinen wie Budapest oder Zürich. Denn jedes dieser Stadtbilder enthält einen ikonografischen Steckbrief mit charakteristischen Merkmalen aus Geschichte und Landschaft, aus Wirtschaft und Architektur, aus Medienkultur und Hochkultur, oft auch aus dem Sport- und dem Eventbereich. Es ist ein "Genius loci" oder "Genius urbi", der von den Menschen offenbar aus diesem Steckbrief heraus- und in eine spezifische lokale Identität hineingelesen wird. Dabei mögen einzelne Informationen stereotyp, fragmentarisch oder gar falsch sein, unser Gesamtbild selbst bleibt dennoch relativ fest und sicher. Denn es ist - jenseits von "wahr" oder "wirklich" - konstruktiv und projektiv.

Insofern meint die Rede von der urbanen Identität stets auch diesen Produktionsprozess einer lokalen Mythologie. Einer Mythologie, deren Erzählung über Geschichtsbücher und Archive erfolgt, über Denkmäler und Museen, über Literatur und Ausstellungen, über Reiseführer und Filme, über Festivals und Internetauftritte. Und es geht dabei immer um Beschreibungsstrategien, die beides sind: konstruktiv wie reflexiv, beschönigend wie hinterfragend, erinnernd wie vergessend - gerade auch im Verhältnis zur eigenen Geschichte und Zukunft:

Nun sind die kulturellen Techniken dieser Selbst- und Fremdbildung des Urbanen keineswegs neu, sondern längst gewohnte und uns vertraute Modelle. Etwa das wohl älteste Modell, die "Literarisierung" der Stadt. Verbunden mit der Entstehung einer europäischen Reiseliteratur seit der Renaissance, dann verstärkt durch die englischen und französischen Romanliteraturen seit der Mitte des 18. Jahrhunderts, bildet sich hier ein umfangreicher Kanon von Texten und Bildern heraus, der sich mit Motiven großstädtisch-urbaner Lebenswelt beschäftigt. Diese literarischen Bilder wiederum werden zur zentralen Grundlage der Mythologisierung urbaner Geschichte, Kultur und Mentalität. Denn sich um Einsprengsel aus der Stadt- und Architekturgeschichte rankend, entfalten nun bürgerlicher Liebesroman und soziales Drama, Abenteuerroman und Kriminalgeschichte ihre bildprägende Wirkung. Gewiss ist das zumeist triviale Literatur, doch gerade dadurch tritt sie umso massenhafter und wirksamer auf. Bald ist Paris eben nicht mehr zu denken ohne die Bilder aus den "Geheimnissen von Paris" eines Eugène Sue, und Émile Zola oder Victor Hugo fügen ihnen weitere Facetten hinzu.

Natürlich gilt diese Literarisierung längst nicht für alle Städte. Mit dem Beginn der Moderne kann man vielleicht sogar davon sprechen, dass sich diesbezüglich ein eigenes Bedeutungskriterium herausbildet, das man als die "Literaturfähigkeit" von Städten bezeichnen könnte. "Literaturfähig" meint dann eine ganz besondere Anziehungskraft dieser einen Stadt für literarisch-künstlerische Auseinandersetzungen. Und es wird allmählich auch zu einem ästhetischen Kriterium für internationale Bedeutsamkeit, für die Zugehörigkeit gewissermaßen zur urbanen Champions League. Denn erst durch literarische Widerspiegelung und Bearbeitung entstehen Aura und Authentizität, also explizite Vorstellungen und

Narrative von der besonderen Atmosphäre und vom eigenen Atem dieser einen Stadt.

Ein zweites Modell ist die "touristische" Modellierung der Stadt. In ihm erscheinen die Touristen zunehmend als die Übermittler und Ausdeuter städtischer Bilder und Mythen, weil sie es sind, die entsprechende Motive aus den Reiseführern und der Stadtliteratur aufnehmen und sie aktiv in die Städte selbst hineintragen. Erst durch sie intensiviert sich jener beständige Dialog zwischen den Eigenbildern und den Fremdbildern der Städte, der einst in der Literatur begonnen wurde. Während es dort jedoch noch weithin ein Dialog der lesenden und reisenden Eliten war, wird dieser Bilderdialog nun, mit der Präsenz und Dynamik der Tourismusindustrie des 20. Jahrhunderts, zur Alltagspraxis. Und zwar in gleich doppelter Weise und im Rollentausch: Fast jeder ist irgendwo selbst Tourist, und er trifft andererseits und zugleich im eigenen Zuhause auf andere Touristen. So werden die Städte wie die Städter permanent mit touristischen Bildern und Vorstellungen konfrontiert, die in ihrer Umsetzung durch die urbane Kultur- und Tourismusindustrie schließlich dazu führen, dass sich auch die Städte wie die Menschen durchaus nach diesen Bildern formen. Sie erscheinen wandelbar, modellierbar - jedenfalls in ihren Szenen, Kulissen und Dienstleistungen. Insofern sind die Touristen tatsächlich kollektive "City-Builder": aktive Mitkonstruktoren von städtischen Images und Imaginationen, von urbanen Lebenswelten wie Mythen.

Ein drittes Modell: die "Medialisierung" der Stadt. Walter Benjamin noch klagt: "Es ist für das schwach entwickelte Selbstgefühl der meisten europäischen Großstädte ein trauriges Zeugnis, dass so sehr wenige und jedenfalls keine deutsche, einen so handlichen, minutiösen und dauerhaften Plan haben wie er für Paris existiert."<sup>9</sup> Und er weist damit auf die initiale Rolle des modernen Stadtplans hin als dem Ausgangspunkt und Koordinator einer langen Galerie städtischer Bildentwürfe. Diese Galerie beginnt mit alten Plänen, dann mit Aufrisszeichnungen und gefalteten Leporellos, mit der Vedutenmalerei eines Canaletto im 18. Jahrhundert, die sogar bereits städtische Fantasieansichten schuf: "vedute ideate". Sie setzt sich fort in der Ansichtskarte, die Stadtlandschaften wie Einzelmotive malerisch oder fotografisch einfängt und zugleich tausendfach verbreitet. Daraus entsteht wiederum das Andenken, das seine eigene "Bonsai-Kultur" städtischer Wahrzeichen entwickelt: der Eiffelturm, das Empire State Building, das Brandenburger Tor als Anstecknadel oder Anhänger. Diese Reproduzierbarkeit macht die Bauwerke dann gleichzeitig zu den unverwechselbaren Symbolen urbaner Identität: Der Eiffelturm "ist" dann Paris.<sup>10</sup> Und diese Galerie führt schließlich bis zur Inszenierung im Film und im Internetauftritt, die eine Unterscheidung zwischen "Stadtbild" und "Filmwelt" kaum mehr möglich macht. Denn auch die imaginäre Stadt ist längst erfahrbarer Bestandteil urbaner Identität: durch die vielen städtischen Internet-Portale ebenso wie durch den regelmäßigen Genuss der zahllosen TV-Serien nach dem Muster "In den Straßen von ... Berlin, Paris, Rom".

Ein viertes Modell schließlich bildet die "Biografisierung" der Stadt. Dabei wird die Geschichte der Stadt zum schicksalhaften und kollektiven Lebenslauf gemacht. Sie erhält mythische Qualität und wird dadurch vergemeinschaftet - auch im Blick auf seine Einwohner, die sich gleichsam tribalisieren, also zum Pariser, Londoner oder Berliner "Stamm" werden. Denn die Stadt "ist" damit nie nur, sie "wird" auch immer wieder und immer wieder neu. Sie scheint sich beständig neu zu "erfinden", fügt alten Facetten ihres Bildes neue hinzu. Denken wir nur an London und seine vielfältigen Gesichter im Laufe der Jahrhunderte. Oder auch an Berlin, das sich ausdrücklich stets als "Stadt im Werden" begriffen sehen wollte - als ein permanentes "in the making". Und selbst das so gar nicht hektische Wien scheint immer noch und immer wieder die Chance zu besitzen, sein Image als leicht matronenhafte europäische Opern- und Rentnermetropole zu überdenken - falls es dies will.

Vor dem Hintergrund ihres historischen Werdens macht die Stadt sich selbst so zum Akteur. Sie erscheint gleichsam als ein Individuum, dessen Schicksal und Persönlichkeit sie zu kollektiver Identifikation befähigen. Und zwar heute mehr denn je, denn Literatur, Kunst, Film und vor allem die Musik- und Werbeindustrie schwingen sich zu völlig neuen Dimensionen solcher urbaner "Biografien" auf. London etwa mit den Beatles oder Manchester mit seiner "United" und David Beckham: Das meint "Helden" und Biografien der Städte zugleich. Aber es meint eben auch unsere eigenen Biografien, die sich ja ebenfalls um solche Helden, Idole und Erinnerungen ranken. Natürlich ist das Popkultur und Eventkultur "pur". Doch genau

---

<sup>9</sup> Benjamin, Walter: Das Passagen-Werk, Erster Band, Frankfurt 1983, S.136.

<sup>10</sup> vgl. dazu Walter, Karin: Die Ansichtskarte als visuelles Massenmedium. In: Maase, Kaspar/Kaschuba, Wolfgang (Hg.): Schund und Schönheit, Köln/Weimar/Wien 2001, S.46-61.

daraus besteht ja mittlerweile unser geteiltes biografisches Erinnerungsgut.

(3)

Durch all diese Geschichten und Strategien der Bebilderung hindurch aber spaziert bekanntlich eine imaginäre städtische Figur, die all diese Prozesse beobachtet und begleitet hat. Es ist die Figur des Flaneurs, dem Walter Benjamin ein Denkmal setzte, als er die große Stadt als eine "Landschaft aus lauter Leben gebaut" beschrieb, gemacht recht eigentlich für den Flaneur.<sup>11</sup> Aber auch der Schriftsteller Franz Hessel notierte 1929 in seinem Buch "Spazieren in Berlin": "Flanieren ist eine Art Lektüre der Straße, wobei Menschengesichter, Auslagen, Schaufenster, Caféterrassen, Bahnen, Autos, Bäume zu lauter gleichberechtigten Buchstaben werden, die zusammen Worte, Sätze und Seiten eines immer neuen Buches ergeben. Um richtig zu flanieren, darf man nichts allzu Bestimmtes vorhaben..." - lediglich: "ungeahnte Abenteuer des Auges".<sup>12</sup> In Anknüpfung an diese Flanerie als solch ein "Abenteuer des Auges" versucht eine Anthropologie der Stadt heute dieser Konstruktion urbaner Personalität und Charakterhaftigkeit nachzugehen: der Stadt als repräsentativem und imaginativem Ort, dem eine "Archäologie der Bilder" abgerungen werden kann, um ihn in empathischem Sinne zu "verstehen".

Ganz in diesem Sinne spricht auch Marco d'Eramo in seinem schönen Buch "Das Schwein und der Wolkenkratzer" von Chicago als einer fast europäischen Stadt. Er schreibt: "Man erwartet die Stadt Al Capones und findet ruhige Straßenzüge zwischen klassizistischen Fassaden aus der Zeit der Weltausstellung von 1893. Aus der Lektüre der Jugendzeit kannte man Chicago als die Stadt der Schlachthöfe, zu sehen aber sind phantastische Wolkenkratzer.(...) Hier in Chicago gibt es noch eine Innenstadt, es gibt sogar noch Zeitungskioske, eine Einrichtung, die auch in Großstädten wie Denver, Colorado, nicht mehr existiert; es gibt eine Untergrundbahn, es gibt öffentliche Transportmittel..." Und vor allem: "Egal, ob man mit einer Feministin aus den reichen Vierteln spricht oder mit einer Trotzkinin der Historical Society of Chicago oder mit einem Leitartikler für Probleme der Dritten Welt, also mit lauter Leuten, die vom Konformismus des <amerikanischen Traums> am weitesten entfernt sein müßten: Jede und jeder drückt auf seine Weise eine grenzenlose Liebe zu dieser Stadt aus."<sup>13</sup> Diese eine Stadt also, dieses Unikat, das muss es sein!

#### Urbanität und Differenz: Imaginäre Vergemeinschaftung?

Damit bin ich beim dritten und letzten Abschnitt: bei der imaginären Vergemeinschaftung des Urbanen, bei Marco d'Eramos "Liebe zu dieser Stadt". Nun wird uns diese Liebe ja zunehmend schwer gemacht, denn unter den Vorzeichen der Globalisierung erscheinen die Zukunftsaussichten der großen Städte ausgesprochen düster: So ist unübersehbar, dass sie heute ihre Integrationslast kaum mehr zu bewältigen vermögen. Fast hilflos scheinen sie dem Ansturm der Ökonomien, Menschen und Bedürfnisse ausgeliefert, scheinen insbesondere den sozialen und kulturellen Segregationsprozessen in ihrem Innern nicht mehr gewachsen. Denn dort treffen unterschiedliche Lebenswelten und Kulturen nun sehr viel dichter und unmittelbarer aufeinander als bisher, weil sich herkömmliche Milieus und Wertegemeinschaften auflösen. An ihrer Stelle bilden sich neue Formationen und Identitäten heraus, in denen Vorstellungen vom "Eigenem" und "Fremdem" als Differenzbestimmung eine wesentliche Rolle spielen. Dort also findet der Umbau der "sozialen Welt" der ersten Moderne in die "kulturelle Welt" unserer zweiten, späten Moderne statt.

Damit jedoch scheint die "Europäische Stadt" als gesellschaftliches Integrationsmodell an einem Endpunkt angelangt, der nicht nur für sie, sondern für die Gesellschaften insgesamt eine tiefe Zäsur bildet. Nach fast einem Jahrtausend gesellschaftlicher Schleusenfunktion im Strom des gesellschaftlichen Wechsels und Wandels versagt nun offenbar die Stadt als regulierende Kammer. Sie versagt deshalb, weil die Strömungsgeschwindigkeiten der Menschen und der Waren, der Informationen und der Ideen sich nochmals beschleunigt haben und weil alles in diese zentrale Kammer drängt.

---

<sup>11</sup> Benjamin: Passagen I, S. 525.

<sup>12</sup> Hessel, Franz: Spazieren in Berlin, Leipzig und Wien 1929, S.155ff..

<sup>13</sup> D'Eramo, Marco: Das Schwein und der Wolkenkratzer. Chicago: Eine Geschichte unserer Zukunft, München 1966, S.7 und 11.



In sozialer und kultureller Hinsicht scheinen vor allem vier Faktoren für diese Krise verantwortlich. Zum einen ist es die wachsende soziale und kulturelle Heterogenität urbaner Gesellschaft. Sie galt natürlich bereits für die alten Metropolen, deren Entwicklungsdynamik ebenfalls von der Spannung sozialer und kultureller Differenz lebte. Doch entwickelt sich da heute eine ganz neue Qualität, weil sich die Mobilität tatsächlich zunehmend "global" gestaltet und weil damit die Vielfalt der Gruppen, der Stile und der Bewegungen auf der städtischen Bühne deutlich anwächst: Das kulturelle Spektrum des Urbanen scheint damit dramatisch erweitert.

Zugleich finden die Gegenbewegungen von Abwanderung und Zuzug, Krise und Prosperität, Verslumung und Gentrifizierung nun meist nicht mehr nacheinander, sondern gleichzeitig und nebeneinander statt. Sie bringen unterschiedlichste Gruppen in unmittelbaren räumlichen oder sozialen Kontakt - in den Stadtvierteln, den Verkehrsmitteln wie den Musikszenen. Einerseits ergeben sich daraus lediglich ausdifferenzierte modische Lebensstile und Trends, die oft eine nur sehr kurze Verfallszeit und entsprechend weniger Sprengkraft besitzen. Andererseits kommt manches aber auch im Gewand des Ethnischen oder des Religiösen daher, versucht also bewusst, an Traditionen "langer Dauer" anzuknüpfen, um dadurch Gewicht und Wirkung zu erhalten. Wenn daraus Überhöhung und Absonderung entstehen, dann ergeben sich in der Tat auch fundamentalistische Gegenpositionen, die gerade die "zivile" Kultur und Ordnung der Stadt ablehnen, sie konterkarieren, ja bekämpfen.

Die spätmoderne urbane Gesellschaft verändert also immer rascher ihre soziale Gestalt. Dabei werden soziale Unterschiede oder Gegensätze im Stadtdiskurs einerseits symbolisch überhöht, andererseits aber im öffentlichen Raum auch zunehmend "moralisiert". Das heißt: Sie werden in Einzelthemen zerlegt, mit Schlagworten wie "Minderheiten" oder "Kopftuch", "Kinder" oder "Schmutz" öffentlich positioniert und dann "politisch korrekt" moderiert. Damit werden sie natürlich zugleich entschärft, nämlich aus ihrer eigentlichen politischen und sozialen Kontextierung herausgelöst. Man verhandelt die Probleme nicht mehr gesellschaftspolitisch, sondern ästhetisch - man "kulturalisiert" sie einfach. Beides jedoch, Fundamentalisierung wie Kulturalisierung, löst keines dieser Probleme. Dies gelingt natürlich auch deshalb, weil tatsächlich politische Bewegungen in dieser disparaten Stadtkultur inzwischen eher selten auftreten. Darauf spielt ja auch jene hübsche Formulierung an, die in London gerne ironisch zitiert wird, wenn der Weg mancher politischer Urban-Aktivistin in die Postmoderne erwähnt wird: "from subculture to clubculture".

Zum zweiten gewinnt die Migration in Gestalt der Fernzuwanderung heute eine ganz neue Bedeutung. Denn einerseits ist die innere Heterogenität der Migranten deutlich gewachsen: Allein das Beispiel etwa der Russen in Berlin zeigt eine breite Skala von russlanddeutschen Übersiedlern bis zu jüdischen Kontingentflüchtlingen, von mittellosen Arbeits- bis zu neureichen Shoppingtouristen, von jungen Studenten bis zu arrivierten Künstlern. Andererseits kommen Migranten und Manager als "neue Nomaden"<sup>14</sup> heute oft mit demselben Flugzeug aus Übersee an: Die einen mit dem Asylantrag, die andern mit dem Scheckbuch in der Tasche. Beiden gemeinsam ist jedoch, dass Aufenthaltsmotive und Aufenthaltsdauer vielfach offen und unklar bleiben, dass die Stadt für sie möglicherweise gar nicht das Endziel, sondern nur einen biografischen Transitraum bildet. Dies wiederum hat gravierende Folgen für die urbane Landschaft, weil viele Migranten ohnehin nicht mehr in die bisherigen ethnischen Communities ziehen. Vielmehr werden die ethnischen Stadtviertel nun immer mehr entweder zu sozialen Gettos. Oder sie werden umgekehrt zu spezifischen Musik-, Kunst- oder Kneipenlabels innerhalb der Stadtlandschaft umdekoriert, die so für die Touristen kenntlich und konsumierbar bleiben. Damit sind sie Teil der symbolischen Ökonomie der großen Städte und gewinnen an repräsentativer Bedeutung.

Die Migranten selbst hingegen schaffen sich quer durch die materielle wie die imaginäre Stadt nun "Ethnoscapes"<sup>15</sup>. Das sind neue Aneignungsformen des städtischen Raumes, in dem "Landschaften" und "Orte" ethnischer Repräsentation geschaffen werden, die weniger aus Mauern und Steinen bestehen denn aus symbolischen Praxen: aus Verwandtschafts- und Generationsbeziehungen, aus Arbeits- und Freizeitkontexten, aus Medien- und Musikszenen. In diesen Räumen wiederum wird oft jenseits

---

<sup>14</sup> Flusser, Vilém: Von der Freiheit der Migration. Einsprüche gegen den Nationalismus, Berlin/Wien 1994.

<sup>15</sup> Appadurai, Arjun: Modernity at Large. Cultural Dimensions of Globalization, Minneapolis/London 1996, S.48ff..

ethnischer Grenzlinien agiert und kooperiert - insbesondere und vor allem in den Jugendkulturen und im Rahmen von Informations-, Musik-, Kunst- und Dienstleistungsnetzwerken.

Zum dritten drängt sich die Prozesshaftigkeit der Stadt immer stärker in den Vordergrund. Denn die urbane Kultur ist weder zu jenem vielbeschworenen "melting pot" geworden noch zum "multikulturellen Biotop", sie schafft weder soziale Homogenität noch ungestörte kulturelle Vielfalt. Urbanität meint heute vielmehr und mehr denn je die Existenz und die Akzeptanz manifester sozialer Unterschiede und kultureller Widersprüche. Damit bleiben die Großstadtesellschaft und ihre Kultur offen, heterogen, spannungsvoll. Sie erscheinen stets nur partiell integriert und verweisen immer zugleich auch auf Differenz und Kontingenz: auf "das Andere", das "im Eigenen", und auf "das Neue", das "im Alten" vorfindlich bleibt. Auch durch die neue und hohe Mobilität sind es immer neue Begegnungen und Mischungsverhältnisse, die entstehen und die Stadtlandschaft so in Unruhe halten.

Zum vierten schließlich werden die Rahmenbedingungen dieser urbanen Identitätsproduktion immer konkurrenzhafter und härter. Heute stehen die Metropolen nurmehr mit dem Rücken zu ihren nationalen Gesellschaften, dafür mit ihrem Gesicht zur Welt und im Wind. Globalisierung bedeutet für sie eine neue Qualität der Standortkonkurrenz im Kampf um internationale Kapital- wie Touristenströme, um Informations- wie Mediennetzwerke.<sup>16</sup> Um in diesem Konkurrenzkampf zu bestehen, bedarf es längst nicht mehr nur ökonomisch-materieller Infrastrukturen. Vielmehr und viel wichtiger noch geht es inzwischen um kulturelle Ressourcen, die sich in der bereits erwähnten "symbolischen Ökonomie" nutzen lassen. Geschichtsorte und ethnische Räume, Musik- und Kunstszenen, Shopping- und Eventangebote sind es, die eine Metropole heute auch und vor allem attraktiv machen.

Gefragt sind Unverwechselbarkeit und Authentizität als Identitätsausweise, wenn man - um mit Manuel Castells zu sprechen - nicht mehr im alten Spiel des "space of places", sondern im neuen des "space of flows" erfolgreich wirken will.<sup>17</sup> Und diese "flows" müssen eben bereits draußen, im globalen Raum zu sich, ins Lokale umgelenkt werden, wenn man erfolgreich sein will. Das aber gelingt offenbar zunehmend nur noch den wirklichen "Weltstädten".

(4)

Dies alles meint die eine Seite: die Krise. Nun kommen die Gegenseite und die Gegenrede. Denn trotz all dieser krisenhaften Dramatik und mehr denn je bildet der urbane Raum heute die zentrale und umkämpfte Bühne der Gesellschaften. Nur dort scheinen den Menschen sozialer Zugang und kulturelle Teilhabe am gesellschaftlich Neuen letztlich möglich. Nur dort kann intensiv um gesellschaftliche Anerkennung und Identität gerungen werden - politisch, symbolisch und medial. Nur dort finden die entscheidenden Verhandlungen über die Legitimität und Attraktivität sozialer, ethnischer, religiöser oder lebensstilbezogener Identitätsmuster statt. Und nur dort lässt sich daher auch erfolgreich kulturelle Repräsentation betreiben - als jeweils lokale Form einer globalen "Politik der Identitäten".

Urbane Identität schließt heute insofern eine Permanenz kultureller Aushandlungsprozesse ein, die beständig in Bewegung sind und ohne abschließende Synthese bleiben. Damit steht die große Stadt gleichsam für die Lokalität der Welt: Urbanität erscheint als eine eigene Form "glokaler" Identität. Wie aber konstruiert sich unter diesen Bedingungen überhaupt noch eine "lokale" Seite solcher Identität? Wie vollzieht sich die "Produktion von Lokalität" (Appadurai)? Und wie kann lokale Vergemeinschaftung dann überhaupt noch gelingen?

Darauf zunächst als ganz plakative Antwort: durch Mythos und Markt! Denn der Stoff und die Substanz dieser Vergemeinschaftung sind im Kern vor allem Bilder und Symbole, die für "Mediation and Motion" stehen, also für Medialität und Mobilität. Es ist ein beständiger Fluss von kulturellen Motiven und Stoffen, der über die Medien und die Menschen in die großen Städte gelangt: als mediale und zugleich soziale Erfahrung, als distantes Fernsehbild wie als nahes Alltagsbild. In den städtischen Lebenswelten ist es daher also stets dieser doppelte Umgang mit den Menschen wie mit den Bildern, der "Identität" als eine Art lokaler Sinngebung entstehen lässt, als ein neuer "sense of place".

---

<sup>16</sup> s. dazu Sassen, Saskia: Metropolen des Weltmarkts. Frankfurt/M./New York 1996.

<sup>17</sup> Castells, Manuel: The Informational City, London 1989.

Dabei sind die Menschen wie die Städte angewiesen auf eine systematische mediale Bespiegelung, die auf Gesamteindrücke abzielt: auf Metaphern und Schlagzeilen, auf eine Imago und ein Logo. Paris, die Stadt der Liebenden - Berlin, die Stadt der Mauer und der europäischen Teilung, New York, die Stadt des Tempos oder der Straßengangs: All diese Zuschreibungen verfestigen sich erst endgültig, seitdem sie als aktives "Imagineering" betrieben werden. Es ist inzwischen eine nachdrückliche Einladung an die Medien wie die Touristen wie auch die Einheimischen, die Stadt genau durch diese speziell entworfene Brille zu betrachten.

Entscheidend dabei ist, dass immer massiver symbolische Strategien in den Vordergrund dieser urbanen Identitätsarbeit treten - nach innen wie nach außen, von den Akteuren in den Städten wie von den Städten selbst als Akteuren. Nach innen gestaltet sich urbane Öffentlichkeit daher verstärkt als Ort und als Bühne "kultureller" Repräsentation. Die Moschee oder das Jugendzentrum, der Club oder die Skaterbahn werden zum räumlichen Symbol sozialer Konflikte und Aushandlungsprozesse, denn die städtischen Szenen und ethnischen Gruppen, die sozialen und künstlerischen Initiativen und vor allem die Jugendkulturen kämpfen um diese symbolischen "Orte", weil sie nur dort lokale Anerkennung und Förderung erreichen können. Dass die meisten dieser Konflikte kulturell und symbolisch verhandelt werden - also in Begriffen von Herkunft, Kultur, Authentizität - und dass sie in Form einer "Identitätspolitik" daherkommen, verstärkt wiederum die Heterogenität urbaner Kultur.

Berlin ist ein Ort, an dem solche Repräsentationskämpfe um Öffentlichkeit und Anerkennung gegenwärtig besonders gut inszeniert ausgetragen werden. Denn hier bedarf der städtische Raum noch seiner endgültigen symbolischen Ordnung, weil die lange Teilung zwischen Ost und West ihn noch vielfach offen erhalten hat. Deswegen kann man hier noch mit den unterschiedlichsten Argumenten wirksame "Identitätspolitik" betreiben: mit östlicher oder westlicher, mit ethnischer oder religiöser, mit politischer oder künstlerischer Logik. In fast jedem Fall hat solche Aktivität Folgen: Deshalb steht auf dem Berliner Schlossplatz noch der "Palast der Republik", deshalb werden Moscheentürme fast grundsätzlich höher gebaut als beantragt, und deshalb können Neonazis noch durchs Brandenburger Tor marschieren. Wer wo was mit dem öffentlichen Raum anstellen darf, ist erst noch zu klären.

Zugleich jedoch werden diese streitbaren Akteure und Gruppen zu exotischen Sonderangeboten im Schaufenster der Städte gemacht. In einem Schaufenster, das nun möglichst bunt daherkommen muss - vielfältig, schrill und wild, denn die jüngeren Touristen suchen "Erlebnisse". Diese innere "Politik der Identitäten" vermittelt sich also auch nach draußen. Berlin hat wie andere Metropolen bereits längst mit ihrer systematischen Vermarktung begonnen - vorwiegend auf drei Wegen.

Zum einen über eine systematische Festivalisierung und Eventproduktion. Dabei wird Stadtpolitik zunehmend über große und einmalige Projekte betrieben, weil sich dadurch die finanziellen Mittel bündeln lassen - die dann natürlich zur kontinuierlichen Arbeit in anderen Projekten meist nicht mehr ausreichen.<sup>18</sup> Dies knüpft durchaus an historischen Modellen an, wie wir sie in Gestalt von Märkten, von Festen und Messen kennen. Wie damals soll auch heute die Stadt durch solche Veranstaltungen verstärkt identifikationsfähig gemacht werden: nach innen für die Bürger, nach außen für Investoren oder Touristen. Es ist Teil jener Standortkonkurrenz der Städte, die bereits längst im Stile universitärer Rankinglisten ausgetragen wird. Und deren Check reicht von der Qualität der Opernhäuser über lokale Miethöhen und Esskulturen bis zur Zahl der städtischen Hunde und dem bekannten urbanen Fäkalproblem (allein die Vorstellung, wie jeden Abend um 19.40 Uhr allein in Berlin wohl 300 000 Hundebesitzer mit eindeutigen Absichten vor ihrer Haustür treten, mag die Dramatik verdeutlichen).

Ich komme aus Berlin, bin nun hier in Zürich - in der "Trendstadt", wie es in meinem Hotelprospekt heißt. Da kommt mir manches durchaus vertraut vor - jedenfalls in seiner Machart: Street Parade und Zeughausfest, Latino-Szene und Longstreet-Carnival, die Kuh eben statt dem Bär als Haustier im öffentlichen Raum. "Natürlich!", sagen Kritiker, dies seien ja auch völlig beliebige globale Modelle. "Gar nicht wahr!", finden andererseits viele Einheimische, die in diesen Festen und Events dennoch Motive und Ideen ihrer lokalen Welt wiedererkennen. Sie erleben das möglicherweise Globale also ganz einfach deshalb als durchaus lokal, weil es "hier" ist. Damit ist es dann eben auch "ihres". Diesen Effekt kennen

---

<sup>18</sup> s. dazu Häußermann, Hartmut/Siebel, Walter (Hg.): Festivalisierung der Stadtpolitik, Opladen 1993.

wir ja spätestens seit McDonald's, seitdem die Moderne endgültig auch "bei uns" angekommen ist - wie wir von Andy Warhol gelernt haben. Aber auch jenseits aller Ironie finde ich dieses Argument im übrigen nicht schlechter als das der Kritiker.

Eine zweite Strategie könnte man mit "Styling and Scaring" überschreiben - ein Herrichten Nichtmehr nur des Schönen sondern nun auch des Hässlichen. Gerade weil das Tempo von Veränderungen und Wandel in den Nachkriegsjahrzehnten immer schneller geworden ist, atemberaubend dann nach 1990, wird nach allen Moden und Symbolen gehascht, um postmodern "modern" zu bleiben. Zugleich wird versucht, den Schein von Homogenität, Kontinuität und Tradition immer krampfhafter aufrechterhalten. Wohl noch nie gab es so viele Pläne zum Wiederaufbau von Stadtschlössern und anderer historischer Repräsentationsarchitektur in Deutschland und Europa wie gegenwärtig. Um diese „Ausstattungskultur“ der Städte (Häusermann/Siebel) wird diskutiert, die damit Bühnen für ihr symbolisches Kapital errichten will: Zur Inszenierung ihrer Geschichte, ihrer Theater und Opern, ihrer Festivals und Events. Das ist dann Facelifting und Wellnesskur in einem: Man schönert sich, gentrifiziert sich und fühlt sich dann auch schöner - wenigstens vorübergehend.

Aber es betrifft in ähnlicher Weise eben auch die "Narbenkultur" der Städte, jene Spuren und Zeichen von Verlust und Verfall, von Zerstörung und Schrumpfung. Auch sie werden inszeniert und ästhetisiert, erscheinen als Tattoos einer eigenwilligen Stadtpersönlichkeit, die nun demonstriert werden soll. Nur Schönheit ist langweilig. - "Styling" und "Scaring" also als Doppelstrategie. Auch das ist eine Kulturalisierung städtischer Räume und Texte. Mit Geschichte und Architektur, mit Sport und Popkultur will die große Stadt eben auch der Ort der "großen" Ereignisse und Gefühle sein.

Eine dritte Strategien ist die des "Branding": Man versucht eine Marke zu verkörpern. Die Kleinen nennen sich "Weinstadt", "Lutherstadt" oder - ganz originell - "Europastadt". Ganze Regionen entdecken ihre Identität wieder als Hanse- oder Heidi-Land. Und sie haben meist auch nur diese eine Chance - hoffend auf die "Namensmagie". Das Branding der Großen hingegen entwirft komplexe Weltstadttrollen mit spezifischen Optionen - als Ort der Medien oder der Theater, der Jugendkultur oder ethnischer Milieus, der Geschichte oder der Architektur. Meist sind es mehrere Bilder, die ihre "Marke" abdecken sollen. Auch dies geht freilich nicht beliebig. Man kann die Logos nicht einfach frei finden und kaufen. Nicht einmal die Love Parade hat sich als unbegrenzt importierbar erwiesen. Vielmehr bedarf es einer lokalen Plausibilität der Bilder und Ansprüche.

Eine eigene Rolle dabei spielt mittlerweile die Versportlichung lokaler Images. Was wäre München ohne seine Bayern und Beckenbauer, Manchester ohne "ManU" und Beckham? Sportlicher Erfolg, mediale Präsenz und die Idolisierung einzelner Heroen wirken hier offenbar in grandioser Weise zusammen. Doch "Bayern" oder "ManU" alleine reicht eben nicht aus. Das Branding muss vielmehr "Markierungen" für unterschiedliche Publika setzen - mit durchaus "feinen Unterschieden". Zum immer noch etwas ordinären Fußball braucht es als kulturelle Balance eben mindestens noch ein exklusives Opernhaus oder eine schicke Shopping Mall. Sonst gelangt man über den Status von Rostock oder Brügge nicht hinaus

(5)

Dies zeigt: Auch all diese Herrichtungs- und Zurichtungsversuche bauen auf mehrdeutigen, ja widersprüchlichen Bildern auf. Und diese Widersprüchlichkeit wird keineswegs aufgelöst und harmonisiert, sondern sie bleibt vielfach bestehen, wird sogar unterstrichen. Allerdings transformiert sie sich selbst, sie wird quasi reflexiv: Städte "häuten" sich beständig, entwerfen sich beständig selbst neu in ihren Bildern und Widersprüchen, "erfinden" sich immer wieder anders.

Und genau diese Vielgestaltigkeit und Mehrdeutigkeit ist es offenbar, durch die doch immer wieder "Vergemeinschaftung" gelingt. Eine lokale Vergemeinschaftung, die eben imaginär und symbolisch bleibt. Die stets auch eine Ahnung, eine Erfahrung, vielleicht Erkenntnis bedeutet, dass wir und inwieweit wir verschieden sind - zufällig zusammengeführt an einem Ort. Dass wir aber gerade dies wiederum als Gemeinsamkeit erfahren: die Willkürlichkeit des Nebeneinanders als Einheit der Vielfalt und ihrer Widersprüche.

Das war und ist urbane Identität: die alltägliche Koordinations- und Integrationsleistung der Menschen in

ihrer Stadt. Ihr Wissen um Unterschiede, aber auch um die Notwendigkeit ihrer temporären Überwindung durch symbolische Einheitsgesten: "Wir hier!" Dies ist dann auch das Bewusstsein eines Unikats, fast das Gefühl einer Einzigartigkeit, eine Arroganz des Urbanen. Meiers Konversationslexikon merkt bereits 1874 kritisch an: "Ein unangemessener Stolz auf Berlin und seine Herrlichkeit ist dem Berliner eigentümlich." Und Symptome dieser Piefke-Haltung ziehen sich offenbar bis in die Gegenwart. Jedenfalls befinden wesentliche Teile der ehemals Berlinansässigen Redaktion der "Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung" in dem schönen und gerade erschienenen Buch "Hier spricht Berlin. Geschichten aus einer barbarischen Stadt"<sup>19</sup>: Berlin sei "im Grunde unbewohnbar", eine Kultursteppe. Da seien die Kritiker ja in guter Gesellschaft, kontert wiederum die Berliner Presse. Denn "barbarisch" hätten schon die Nazis Berlin genannt. Aber sie spricht den aus "den ewigen Kulturstädten wie Hamburg, München, Frankfurt oder Dresden berufsbedingt in die vorsibirische Steppe" Verschlagenen schließlich doch noch ihr herzliches Beileid aus.<sup>20</sup>

Urbanität: Das ist eben auch "Gefühl", es ist Abneigung, vor allem aber auch Zuneigung! Gerade angesichts der "Krise der großen Städte" wird auch die lokale Notgemeinschaft offenbar zum Identitätsangebot. Fast wie bei Fußballklubs kurz vor dem Abstieg: Auch da kommen die Fans zuhauf, entdecken ihre Liebe in der Verzweiflung neu. Ähnlich geht es gegenwärtig vielleicht auch uns. Auch wir haben und wollen offenbar nicht immer nur jenen schicken "Urbanismus". Denn das kann jeder! Wir aber wollen wirkliche "Fans" und "Amateure" sein, Liebhaber der großen Städte: "Urbanizer". Denn wir verehren sie, identifizieren uns mit ihnen, halten ihnen die Treue - gerade in der Krise. So wäre dies vielleicht ein letzter Kern "urbaner Identität" durch die Zeiten: leidenschaftliche Leidenschaft?

---

<sup>19</sup> Diez, Georg u.a.: Hier spricht Berlin – Geschichten aus einer barbarischen Stadt, Köln 2003.

<sup>20</sup> Der Tagesspiegel 24.8. 03